

JJA poursuit le déploiement de The Good Living Score et l'étend à l'ensemble des produits Atmosphaera

Après le succès du lancement de The Good Living Score sur les produits 5five, le Groupe JJA franchit une nouvelle étape dans sa démarche d'éco-socio-conception en étendant ce dispositif inédit à l'ensemble des produits de sa marque Atmosphaera. Désormais, 100 % des 8 000 références Atmosphaera présentes sur le site sont notées selon The Good Living Score, une avancée majeure vers plus de transparence et de responsabilité dans l'univers de la maison.

Un outil d'évaluation inédit pour un choix plus éclairé

Mis en ligne en juin 2025, The Good Living Score illustre la volonté de JJA d'accompagner les consommateurs vers des choix plus responsables et éclairés. Fondé sur une approche globale d'éco-socio-conception, le score évalue l'impact environnemental et sociétal de chaque produit à travers six critères clés : transport, matières, durée potentielle de vie, recyclabilité, réparabilité et conditions de fabrication. L'échelle d'impact s'étend sur cinq niveaux, de « impact très faible » à « impact négatif fort ».

Développée en interne par JJA, cette méthodologie a été auditée et validée par l'AFNOR, garantissant sa fiabilité et sa robustesse.



8 000 produits Atmosphaera évalués via The Good Living Score

L'intégration complète de The Good Living Score aux produits de la marque Atmosphaera marque une accélération majeure du déploiement du score. Après 5five, cette nouvelle étape illustre la dynamique engagée par JJA pour intégrer l'évaluation d'impact dans l'ensemble de ses décisions de conception, d'achat et de distribution.

En interne, The Good Living Score s'impose comme un outil de pilotage collectif, mobilisant les équipes RSE, les acheteurs, les équipes commerciales, les fournisseurs et les clients. Il permet de mesurer la part de produits éco-conçus, d'orienter les choix de développement et de suivre les progrès réalisés.

« Étendre The Good Living Score à l'ensemble des produits Atmosphaera est une étape clé : c'est le signe que cette démarche d'évaluation responsable n'est plus un projet pilote, mais un véritable standard interne. Atmosphaera est notre marque la plus large, la plus emblématique : en la rendant 100 % notée, nous affirmons notre volonté de rendre la consommation plus éclairée et responsable. Cette étape concrétise un engagement collectif : celui de nos équipes, de nos partenaires et de nos consommateurs, pour faire progresser ensemble la durabilité du secteur. » explique Judith Laloupe, Directrice RSE du Groupe JJA.

Après 5five et Atmosphaera, The Good Living Score sera déployé sur le site d'Hespéride le 4 février.

À propos de JJA et du Groupe JJA

JJA est le spécialiste de la décoration et de l'équipement de la maison tendance et accessible, autour de ses marques Atmosphaera, Créateur d'intérieur® (décoration d'intérieur et ameublement), Hespéride® (mobilier de jardin et Mobilier Officiel de Roland-Garros) et 5five Simply Smart® (équipement de la maison). L'entreprise a été fondée par Paul Abiteboul en 1976 et rachetée en 1998 par son fils Jacques-Olivier Abiteboul, qui la dirige depuis.

Le Groupe JJA rassemble également 4 autres sociétés : Luance (accessoires de la porte et de la fenêtre), Tendance (accessoires de salle de bain), STOF (tissu de décoration et d'ameublement) et hōma (50 magasins de décoration et d'articles pour la maison au Portugal et en Espagne). Le Groupe JJA est un groupe familial de 2 500 salariés et réalise 1,2 milliard d'euros de CA.



Plus d'informations : www.groupe_jja.com

Contacts presse – Agence Burson

Maélis Coulon-Mazeau – 06 26 39 83 74

JJA.presse@burson-global.com